

# 艾媒报告|2018-2019 中国智能音箱行业及 产品竞争力评价分析报告

智能硬件

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星互联网产品分析系统等。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
  - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星互联网产品分析系统、大数据舆情监控系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，分钟级进行全网扫描与数据更新。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。



# 目录

1

2018-2019全球智能音箱产业发展概况

2

2018-2019中国智能音箱产业发展概览

3

2018-2019中国智能音箱格局

4

2018-2019中国智能音箱产业发展机遇

5

2018-2019中国智能音箱产业发展趋势

01

## 2018-2019全球智能音箱产业发展概况

# 全球智能音箱出货量增长迅速

2018年第三季全球智能音箱出货量同比增长197.0%，达到2270万台，创下历史新高，发展速度高于过去10年推出的其他消费电子产品，2018年全球智能音箱的销量预计突破1亿大关。

表1-1 2018年第三季全球智能音箱出货量及同比增长率

供应商	2018Q3出货量 (万台)	2018Q3市场份额	2017Q3出货量 (万台)	2017Q3市场份额	同比增长
亚马逊	720.0	31.6%	500.0	64.8%	45.0%
谷歌	520.0	22.7%	190.0	24.5%	174.0%
阿里巴巴	220.0	9.5%	10.0	1.6%	1692.0%
百度	190.0	8.4%	-	-	-
小米	190.0	8.4%	10.0	1.3%	1800.0%
苹果	110.0	4.8%	-	-	-
其他	330.0	14.6%	60.0	7.8%	462.0%
合计	2270.0	100.0%	770.0	100.0%	197.0%

数据来源：Strategy Analytics, iiMedia Research (艾媒咨询)

# 海外一线智能音箱品牌概览

表1-2 2018年海外一线智能音箱品牌及产品概览

品牌	语音技术	音箱	首发	价格 (美元)	特色定位	语音功能覆盖
亚马逊	Alexa	Echo	2014.11	180.0	首款智能音箱	内容技能：音乐、影视播放、新闻资讯等 工具技能：智能家控、短信电话、购物、打车等 互动娱乐：情景故事、智力问答、单词接龙等 近4w项技能应用
		Echo dot	2016.03	50.0	小巧低价	
		Echo tap	2016.03	100.0	内置电池蓝牙便携	
		Echo show	2017.05	250.0	首款带屏音箱	
		Echo 2	2017.09	100.0	Echo二代 音效更佳 价更低	
		Echo 2 plus	2017.09	150.0	ZigBee智能家控中心	
		Echo spot	2017.09	130.0	床头智能可视“闹钟”音箱	
谷歌	Google Cloud	Google Home	2016.05	129.0	全面接入Google服务	内容技能：音乐播放、新闻资讯、饮食健康等 工具技能：智能家控、短信电话、邮件、日历等 互动娱乐：互动游戏、讲笑话、陪聊天等 100w功能操作
		Google Home mini	2017.10	49.0	极简小巧	
		Google Home max	2017.10	349.0	高端，更优音质	
		Google Home Hub	2018.10	149.0	触控屏色温、亮线自动调整	
苹果	siri	Homepod	2018.02	349.0	音质极佳	功能：播报新闻、天气交通查询、音乐播放等

注：未穷尽所有产品及品牌，价格统计时间为2018年12月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）自主整理和绘制

02

## 2018-2019中国智能音箱产业发展概览

# 中国智能音箱规模井喷式增长

2018年上半年，中国智能音箱的销量达到467万台，销售额为12.1亿元，只半年销量已大幅度超过去年全年水平，中国智能音箱市场规模实现井喷式增长。



2017年销量 176万台

2018年上半年销量 467万台



2017年销额 4.9亿元

2018年上半年销额 12.1亿元

数据来源：GfK, iiMedia Research (艾媒咨询)



# 中国智能音箱产业图谱基本完善

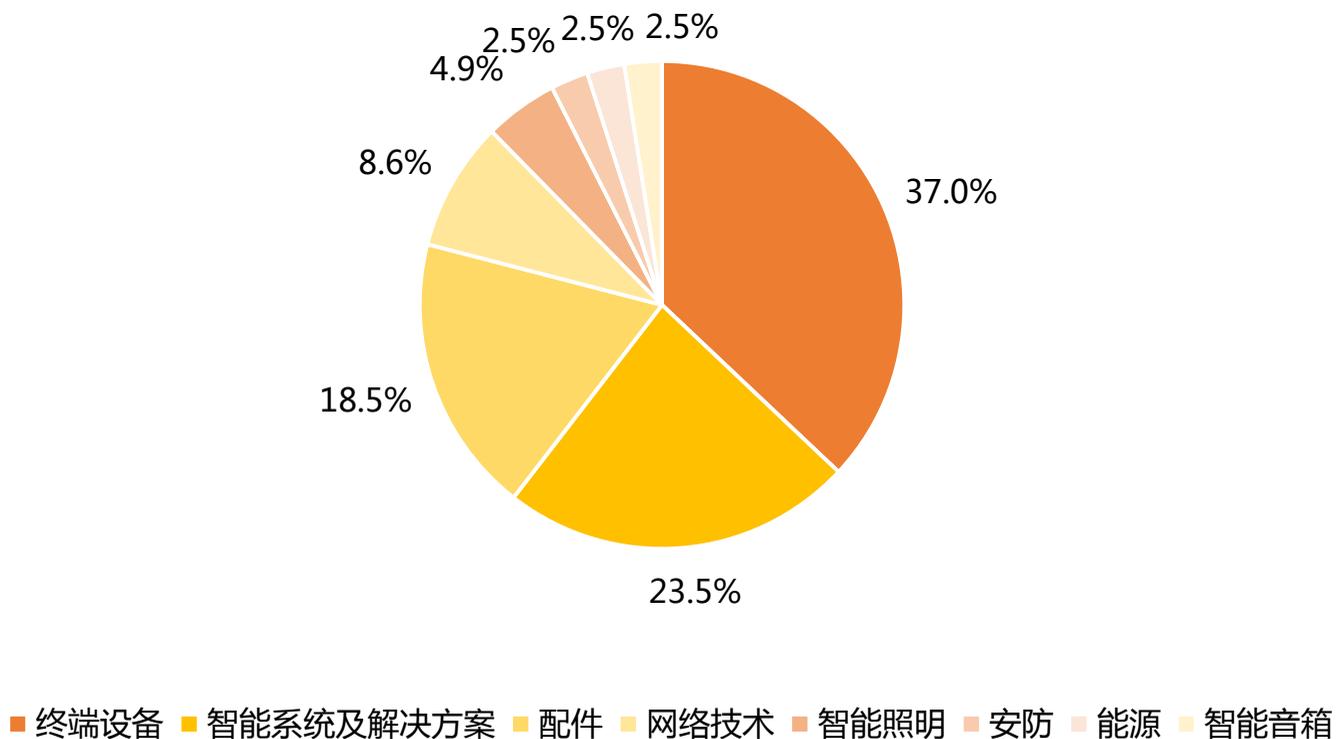


注：未穷尽所有企业，LOGO露出不涉及排名

# 中国智能音箱有较大发展空间

截至2018年底，新三板上涉及智能家居的挂牌公司有52家，主营业务涉及智能音箱的企业不到一成。中国智能音箱市场处于起步阶段，智能音箱市场规模有较大的发展空间。

图2-1 2018年新三板上涉及智能家居挂牌公司主营业务分布



数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

03

## 2018-2019中国智能音箱格局

# 中国一线智能音箱品牌概览

表3-1 2018年中国一线智能音箱品牌及产品概览

品牌	语音技术	音箱	首发	价格(元)	特色定位	语音功能覆盖
阿里巴巴	AliGenie	天猫精灵X1	2017.08	499.0	声纹购物、找手机	功能：声纹购物、语音控制家电、健身教练、生活助手
		天猫精灵M1曲奇智能音箱	2018.03	299.0	机身尺寸更小巧	
		天猫精灵方糖	2018.05	199.0	横向设计、小巧低价	
小米	搜狗知音 思必驰	小米AI音箱	2017.09	299.0	小米生态链家居产品	内容资源：音乐播放、电台点播等 技能中心：语音交互、在线音乐、有声读物等 智能家居：控制小米电视、扫地机器人等
	Nuance 声智科技 猎户星空	小米mini音箱	2018.04	169.0	低价、小巧、牺牲音质	
百度	DuerOS	渡鸦raven H	2017.11	1699.0	可拆卸触控板，语音交互	内容技能：音乐、影视、新闻、百科等 工具技能：智能家控、视频通话等 互动娱乐：趣味游戏等
		小度在家	2018.02	499.0	带屏、视频通话	
		小度智能音箱	2018.06	89.0	超1000万小时有声内容	
		小度智能音箱pro	2018.11	299.0	高品质外观、性能、音质	

注：未穷尽所有产品及品牌，价格统计时间为2018年12月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）自主整理和绘制

# 中国一线智能音箱品牌概览

表3-2 2018年中国一线智能音箱品牌及产品概览

品牌	语音技术	音箱	首发	价格(元)	特色定位	语音功能覆盖
京东	科大讯飞	叮咚音箱A1(旗舰版)	2015.05	799.0	语音唤醒、第三方应用平台	内容资源：百度音乐、喜马拉雅、咪咕、企鹅FM等 技能中心：在线音乐、网络电台、有声读物等 智能家居：京东智联体系下，控制多个家电。
		叮咚音箱A1X	2015.10	998.0	少儿英语口音、学前教育	
		叮咚音箱A3(灵动版)	2016.10	698.0	底座及电池供电、支持SD卡	
		叮咚音箱Q1(青春版)	2015.12	199.0	小巧低价、横向设计	
		叮咚音箱Q3(悦动版)	2016.10	299.0	便携、可查存储卡	
		叮咚音箱TOP	2017.07	299.0	AIUI、AUX-OUT链接	
		叮咚音箱二代	2017.09	799.0	首款带屏智能音箱	
		京东叮咚mini2	2018.05	299.0	小巧便携	
腾讯	科大讯飞	腾讯小Q机器人(二代)	2018.03	2680.0	视频通话、儿童教育、视频菜谱、拍照录像	功能：触摸屏、视频通话、天天P图人脸识别功能、有声资源播放、收听电台、微信相关、百科、儿童陪伴、家居控制等
	腾讯云小微	腾讯亲见M10	2018.01	2399.0	腾讯10寸带屏音箱	
	腾讯AI Lab、云小微、腾讯叮当	腾讯听听	2018.04	699.0	腾讯首款AI智能音箱、内置电池、接通微信	

注：未穷尽所有产品及品牌，价格统计时间为2018年12月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）自主整理和绘制

# 艾媒金榜：2018中国智能音箱品牌排行榜

京东叮咚、天猫精灵以及小爱同学跻身2018年中国智能音箱品牌金榜前三名。

表3-3 2018中国智能音箱品牌排行榜

排名	品牌名称	公司名称	金榜指数
1	京东叮咚	京东、科大讯飞	92.52
2	天猫精灵	阿里巴巴	91.19
3	小爱同学	小米	88.63
4	小度在家	百度、小鱼在家	86.12
5	腾讯听听	腾讯	80.91
6	漫步者智能音箱	漫步者	79.62
7	小雅	喜马拉雅	78.10
8	索尼智能音箱	索尼	77.33
9	小豹AI	猎豹移动	76.25
10	DOSS智能音箱	DOSS	75.69

注：本榜单的艾媒金榜指数是基于艾媒大数据监测，对产品市场认可度、用户口碑指数和品牌实力评价的综合计算指数。满分为100分，分数越高则证明越受网民及专业分析师的肯定。

数据来源：iiMedia Ranking（艾媒金榜）

# 聚焦金榜前三：京东叮咚——音质、技术升级

京东是国内较早涉足智能音箱的厂商，京东叮咚系列智能音箱形态多变，早期探索儿童早教市场，后期聚焦于音质和技术的升级，存储卡新增功能、自定义的领域拓宽以及带屏音箱的开发等，都是现今智能音箱的发展趋势前沿。

表3-4 京东叮咚系列音箱产品概览

时间	商品	特点	时间	商品	特点
2015年5月	叮咚音箱A1 (旗舰版) 	内容整合，智能家控	2017年7月	叮咚音箱TOP 	小巧、低价
2015年10月	叮咚音箱A1X 	儿童教育	2017年9月	叮咚音箱二代 	优化音质，更多自定义
2015年12月	叮咚音箱Q1 (青春版) 	横向设计、低价便携	2018年5月	叮咚play 	带屏音箱，时尚mini款
2016年10月	叮咚音箱A3 (灵动版) 	新增存储卡		叮咚mini2 	
	叮咚音箱Q3 (悦动版) 				

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）自主整理和绘制

注：未穷尽所有产品

# 聚焦金榜前三：天猫精灵——低价、时尚

阿里巴巴推出的天猫精灵系列智能音箱探索多种音箱形态，硅胶套以及智能支架等周边产品吸引更多年轻用户，AI技术的输出、较亲民的价格以及时尚的外系外形是天猫精灵系列音箱的特点。

表3-5 天猫系列音箱产品概览

时间	商品	特点时间
2017年8月	天猫精灵X1 	旗舰商品
2018年3月	天猫精灵M1曲奇智能音箱  天猫精灵猫公仔硅胶套  天猫精灵火眼智能支架 	小巧化，产品创意周边
2018年6月	方糖斗篷硅胶套  天猫精灵方糖 	AI技术、横向设计、小巧低价

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）自主整理和绘制

注：未穷尽所有产品

# 聚焦金榜前三：小爱同学——智能家控、小巧低价

小米智能家居产品覆盖了耳机、移动电源、手环、插座、血压计、空气净化器、净水器、运动相机、平衡车、电池、床头灯、电饭煲等智能家居设备。小爱同学的智能家控设定深受用户喜爱，2018年推出的mini版由于其便携以及低价的优势，小米智能音箱销量同比增长快速。

表3-6 小米小爱同学系列音箱产品概览

时间	商品	特点时间
2017年9月	小爱同学 	搭载小米家居生态，最好调戏音箱
2018年4月	小爱同学mini 	小巧化，低价冲量

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）自主整理和绘制

注：未穷尽所有产品

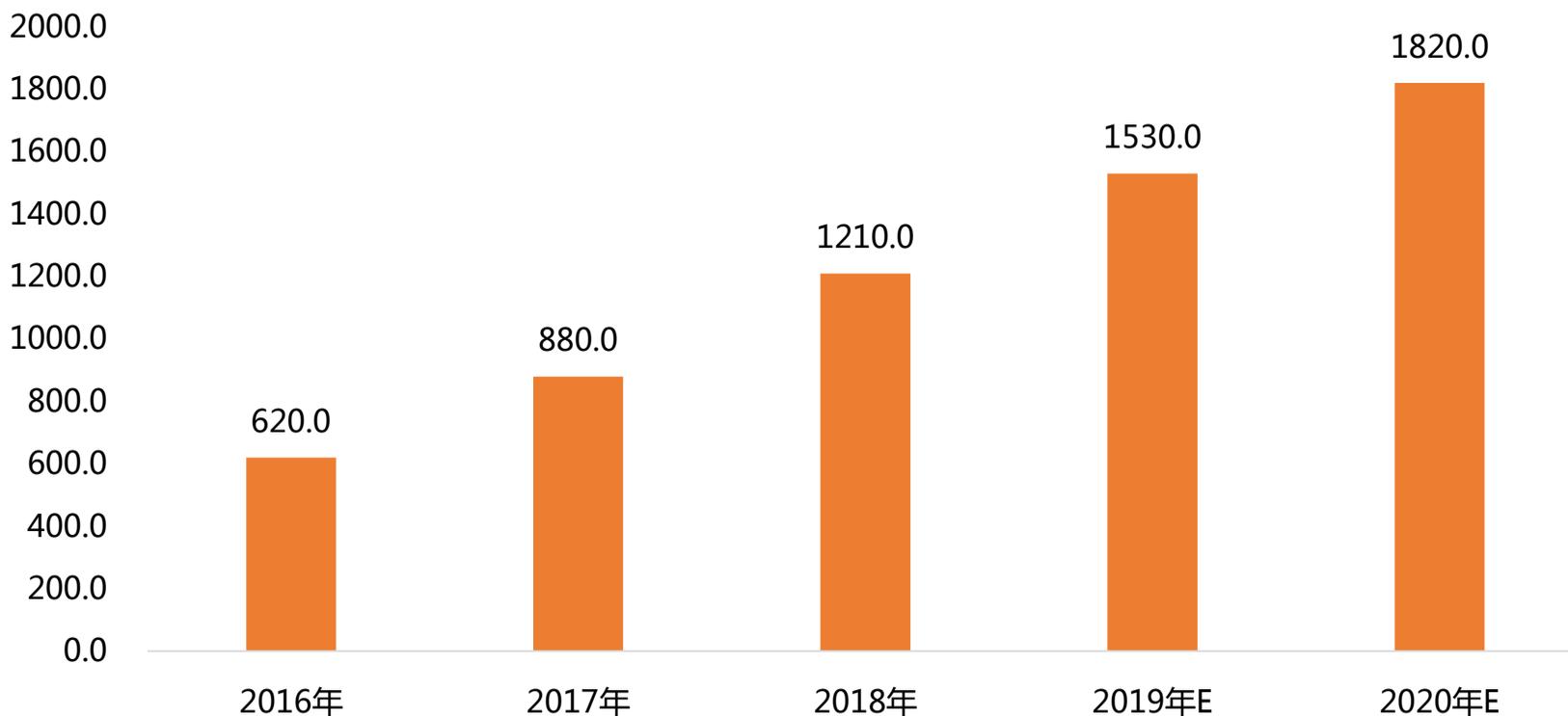
04

## 2018-2019中国智能音箱产业发展机遇

# 硬件发展：中国智能家居市场规模不断扩大

在人工智能和物联网技术的发展带领下，智能家居蓬勃兴起，虽市场规模增长速度有所放缓，但将保持持续稳定增长态势，2020年市场规模将突破1800.0亿元。

图4-1 2016-2020年中国智能家居市场规模及预测（亿元）

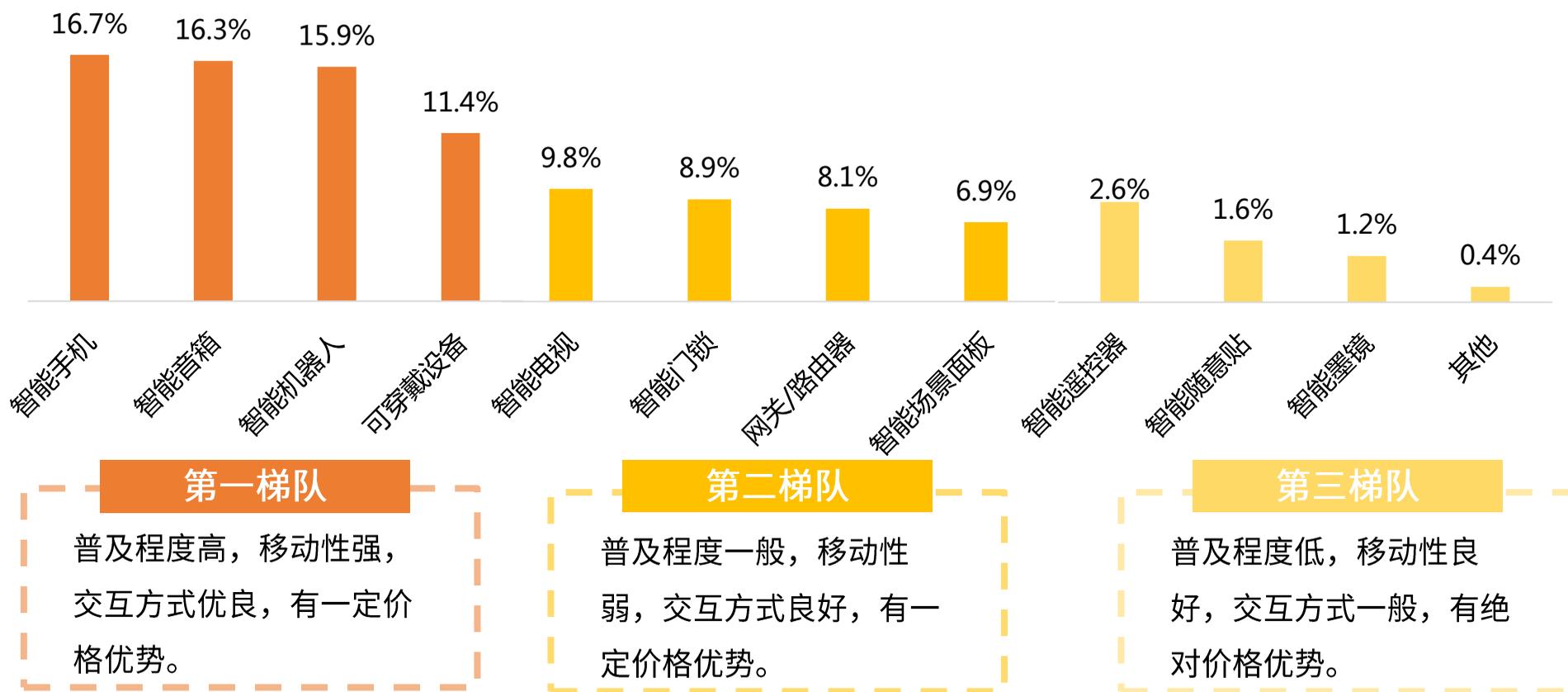


数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 硬件发展：智能家居从业者看好智能音箱作为用户入口

普及程度逐渐提高、便携性仅次于智能手机、交互方式较好、价格逐渐亲民的智能音箱成为智能家居从业者最看好的用户入口之一。

图4-2 2018年中国智能家居从业者最看好的用户入口

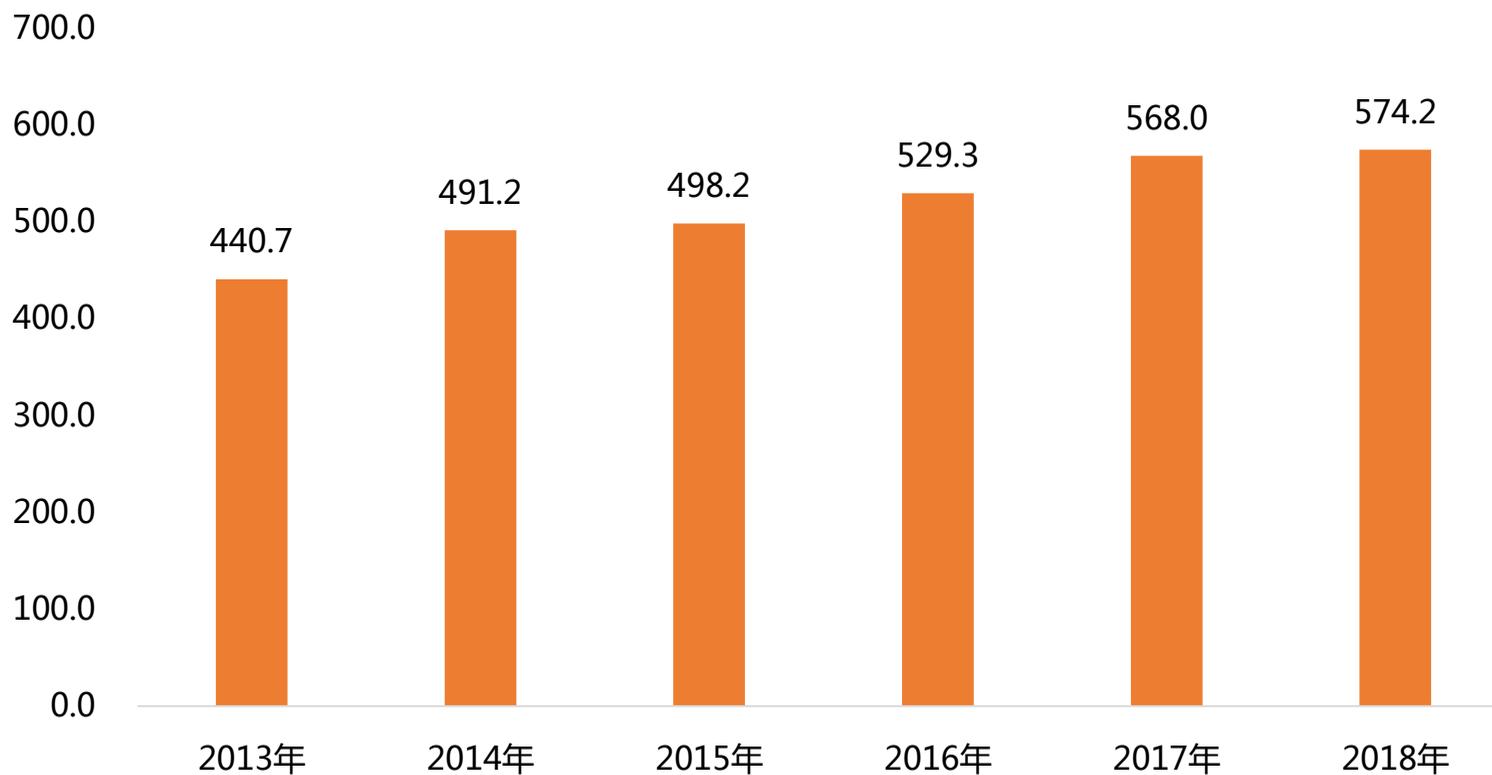


数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 用户需求：中国数字音乐产业市场规模不断增长

2013-2018年中国数字音乐产业市场规模不断增长，2018年产业规模达到574.2亿元。受益于数字音乐的快速增长，智能音箱产业的发展也得到相应推动。

图4-3 2013-2018年中国数字音乐产业规模统计（亿元）

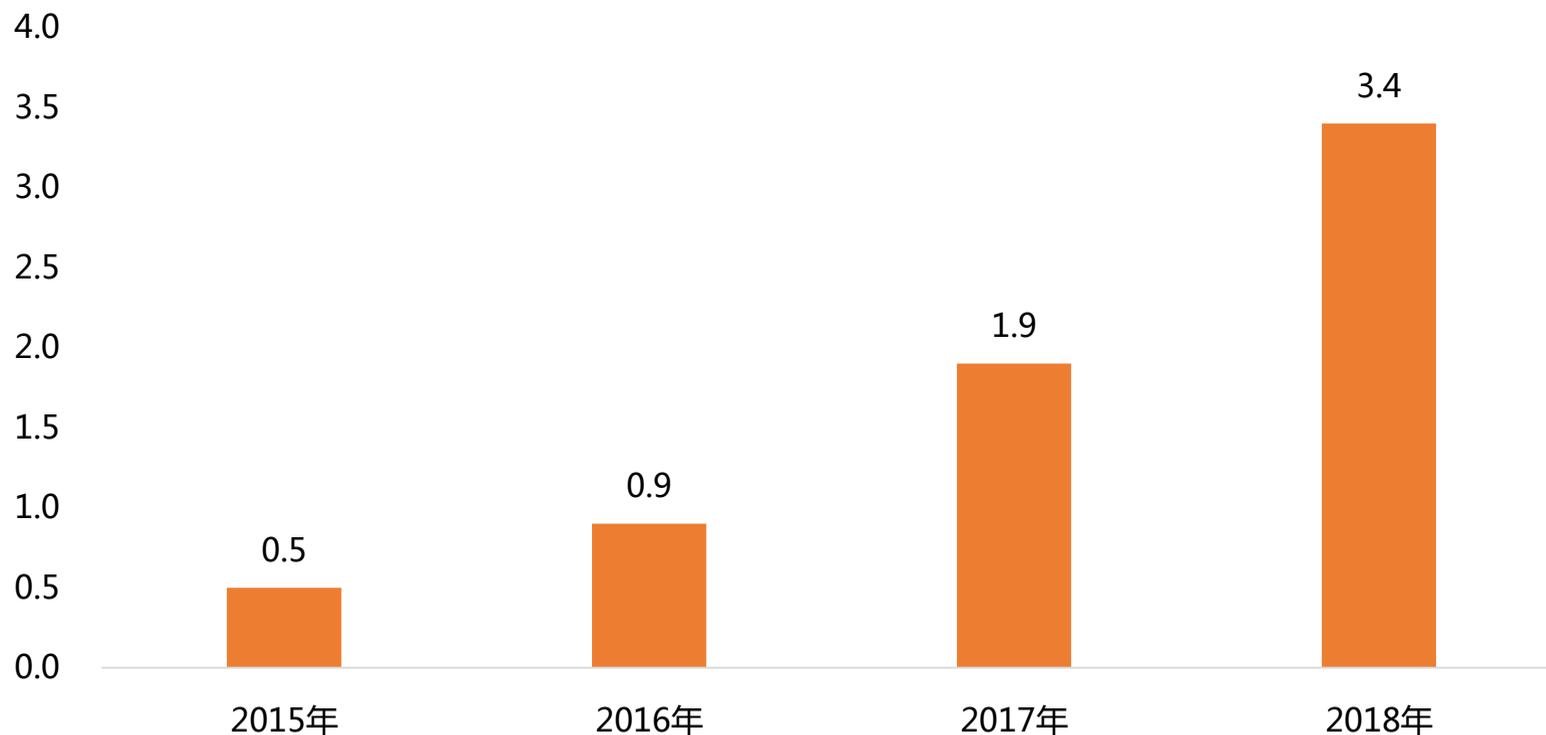


数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 用户需求：中国知识付费用户规模不断增长

中国知识付费用户规模不断扩大，进一步扩大的知识付费市场受到关注，成为推动智能音箱市场发展的一大动力。

图4-4 2015-2018年中国知识付费用户规模变化（亿人）



数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 技术动力：中国人工智能产业处于世界前沿

截至2018年上半年，全球共有4998家人工智能企业，其中中国拥有1045家，全球排名第二，位于美国之后。另外，中国在人工智能方面的投资力度强大，投融资金额占全球60.0%，位于世界首位。中国人工智能产业的蓬勃发展是智能音箱产业前进的最大后盾。

图4-5 2018年上半年全球人工智能企业分布TOP10（家）

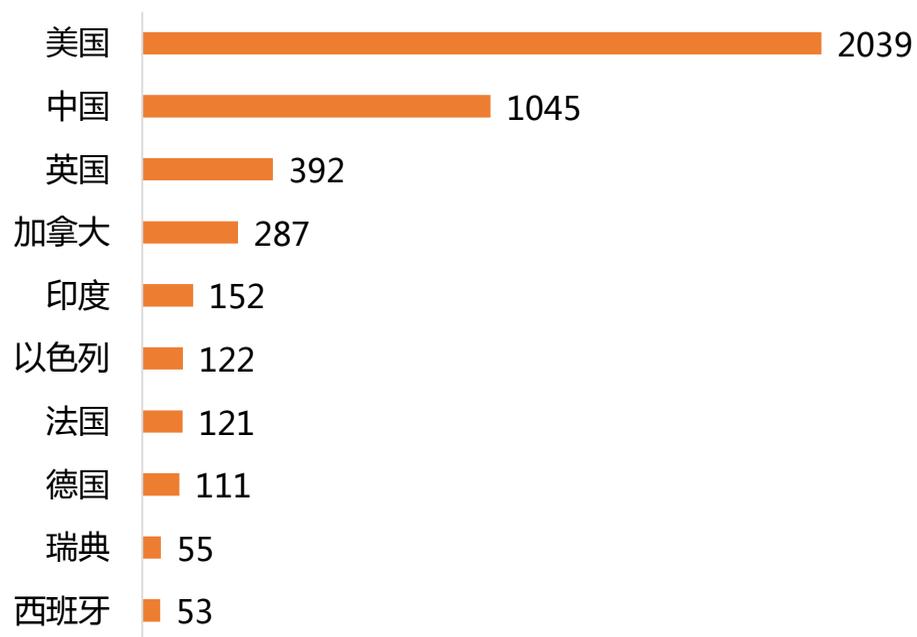
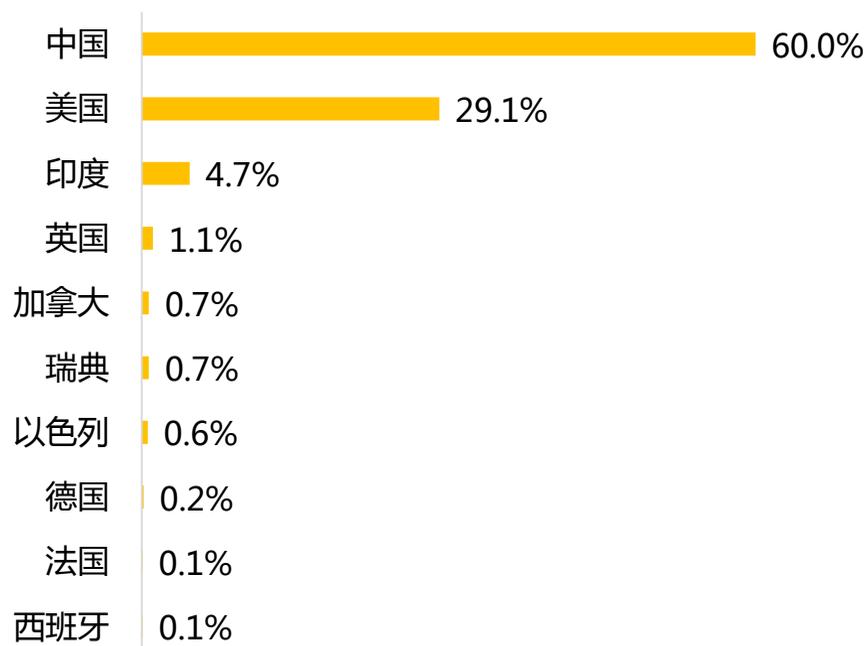


图4-6 2013-2018Q1全球人工智能投融资金额地域分布



数据来源：中国信息通信研究院，iiMedia Research（艾媒咨询）

# 中国智能音箱企业投融资情况

表4-1 2018年中国智能音箱部分企业投融资情况

企业名称	时间	轮次	金额
佳禾智能	2016-01-06	A轮	数千万元
智能科技	2016-08-16	新三板	-
聆感智能	2017-12-03	天使轮	80万元
旷世音响	2017-04-14	A轮	数千万元
乐韵瑞MuzoHiFi	2017-12-18	C轮	6000万元
一芯智能	2018-02-26	天使轮	2000万元
Sonos	2018-08-03	IPO上市	-
小讯智能	2018-12-28	天使轮	数百万元

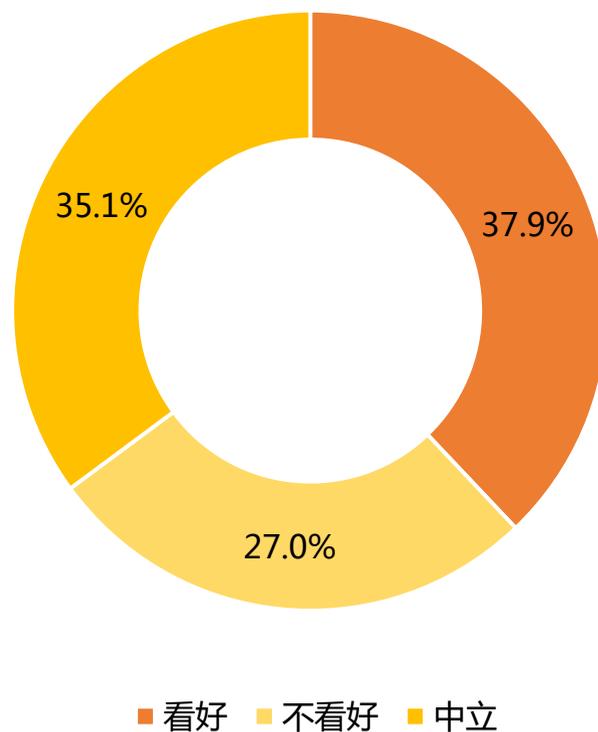
注：未穷尽所有企业

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 2018年中国智能音响行业发展前景调研

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，近四成受访网民对智能音箱行业持有看好态度。

图4-7 2018年受访网民关于智能音箱行业发展前景看法调查



05

## 2018-2019中国智能音箱产业发展趋势

## 国外智能音箱市场

继2014年11月亚马逊发布Echo音箱，揭开智能音箱序幕后，谷歌、苹果等国外科技巨头纷纷布局智能音箱产业。如今，亚马逊智能音箱市场占有率最高，远远领先位于第二的谷歌。2017年美国智能家居普及率已达到全球最高，其中智能音箱已进入32.0%的美国家庭，月活跃用户超过3000万人。

## 中国智能音箱市场

2015年京东推出叮咚音箱，是国内首款智能音箱，2017年阿里巴巴也发布了旗下首款智能音箱天猫精灵X1。中国的智能音箱市场处于萌芽阶段：国内智能家居使用率低；国内智能家居的通讯协议尚未建立；中文的语音交互技术还不成熟；潜在用户对智能音箱的场景化需求较弱。

## 智能音箱市场规模有望进一步扩大

虽然中国智能音箱产业起步较晚，但其市场规模扩大迅速，随着智能家居在中国的逐渐普及，智能音箱的需求将不断增加。同时，互联网巨头在智能音箱产业的竞争是驱动中国智能音箱进一步成长的动力。目前，中国已经成为全球第二大智能音箱市场，仅次于美国，市场份额未来仍有上升空间。

## 智能音箱产业市场寡头竞争将越演越烈

智能音箱的语音交互技术带来互联网服务的变革，大批中国互联网以及科技巨头纷纷入局，直观地反映了众多企业对智能音箱市场前景的看好。据不完全统计，截至2018年底已经发布智能音箱产品的企业有近50家，还有至少500家与之相关的硬件企业或技术提供商活跃在前沿阵线，如众多芯片厂商纷纷推出新品，方案商不断激增。在苹果、谷歌、亚马逊、阿里、京东等国内外巨头加速布局驱动下，智能音箱产业将出现越来越激烈的竞争局面。

## 价格趋向合理化，价格战或将加剧

智能音箱逐渐渡过市场的盲目探索期，随意溢价现象不断减少，价格在2018年开始锁定于几百元的合理区间。随着技术的发展，未来智能音箱的价格或还有下滑的可能性，既能让用户随意承受，不需要太多决策成本，又能保证音质效果、通信效果，以及分摊AI技术成本。价格合理化的同时，部分智能音箱龙头企业使用低价冲量营销策略，加剧各厂家的价格战争，其他中小厂商或因此难以加入竞争。

## 智能音箱盈利模式趋向多样化

智能音箱市场将不仅看重硬件销量，从持续增长的出货量中将逐渐发掘新的盈利模式。盈利的方式可能是适量的广告、企业解决方案、内容订阅服务，比如音乐订阅、高级会员服务等。智能音箱的技术不断进步，可开拓的服务越来越多，将吸引来自多方的投资，从而进一步助力其发展。

## 技术净值决定市场接受度

AI语音交互技术、与硬件的结合深度以及技能数量成为智能音箱最基本的技术参照物。语音交互中的唤醒能力、识别能力、语音合成、对话记忆等技术指标，直接影响用户交互体验。带屏音箱解决方案、车载音箱解决方案以及收声设备矩阵，成为音箱软硬一体化价值的主要参照依据。音箱的各种加持能力，如猜谜游戏、学习互动、综合互联网服务等也是用户比较产品时关注的一大重点。

## 产品矩阵化的不断优化

应不同用户的需求，智能音箱的服务场景进一步扩展到汽车、冰箱、电视、教育、养老等领域，人们对智能语音的期待变为连接一切、服务全成员。未来智能音箱应可让不同家庭选择适合自己的生活场景连贯方案。单一音箱产品将逐渐走向剩余价值枯竭，盲目的无差异产品矩阵化，将无法缓解厂家的无效成本压力。读懂中国家庭的细分需求，并有技术能力和产品决策力做出矩阵化动作非常重要。

## 内容资源的合纵连横，生态构建更加优化

2018年，以儿童内容、早期教育、语文和英语学习构成的智能音箱儿童教育市场发展迅猛，甚至出现了AI语音-儿童教育领域自建生态的趋势。如今内容资源的合纵连横还将继续，完善这一领域的差异化竞争力，打开第二个、第三个垂直内容市场是智能音箱厂商需要聚焦的重点。连接的生态合作伙伴如内容创作者、智能家居、软硬件开发商等越多，越有可能撬动用户的购买欲，生态建设构成了音箱的另一条赛道。

智能硬件产业新视角的来源：艾媒智能硬件产业研究中心是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对智能硬件产业商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research和更多研究，请访问<http://www.iimedia.com.cn/consult.jsp>

本报告是智能硬件产业解决方案中心研究成果的一部分，后续本研究中心将继续在智能硬件产业领域开展相关研究，敬请关注。

iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过500份，覆盖了人工智能、新零售、电商、教育、视频、生物、医疗、音乐、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、环保与公共治理等领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。艾媒咨询的数据报告、分析师观点平均每天被全球超过100家主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL使用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。

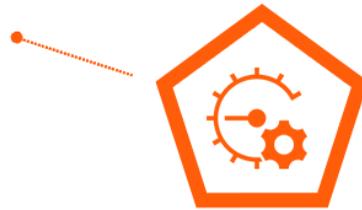
基于公司自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”，艾媒咨询建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告投放效果、商业模式等多维度的数据监测体系，可视化还原“数据真相”，实现市场趋势的捕捉和用户信息的洞察，提升品牌的行业竞争和影响力。

### **POIIMedia(艾媒舆情)**

#### **大数据舆情监控系统**

(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。



### **DatallMedia(艾媒北极星)**

#### **移动应用运营监测**

(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。



### **SurveyiiMedia(草莓派)**

#### **用户感知与体验监测**

(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。



### **SoicaliiMedia**

#### **微信微博媒体监测**

(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。



### **RankingsiiMedia(艾媒金榜)**

#### **权威消费品牌评价监测**

(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。



### **ADiimedia**

#### **移动广告效果监测**

(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。



## —— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

## 权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

## 免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

本报告中的所有资料及图表仅供参考使用是基于大数据监测系统，结合行业特定标准以及学者及业界专家意见综合进行的，仅供参考。投资者依据本报告提供的信息、资料及图表进行投资项目所造成的盈亏与本报告无关。

**阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；  
否则，请勿阅读或使用本报告。**



扫描二维码查看更多报告

咨询

网址: <http://report.iimedia.cn>

邮箱: [report@iimedia.cn](mailto:report@iimedia.cn)

商城会员及平台充值享受更多优惠! 详情请联系客服 ↑

# 2019和我们 一起用数据预见未来



用数据说话!

全球领先的新经济产业  
第三方数据挖掘与分析机构